

Keputusan Pembelian Sepedah Motor Suzuki di Peterongan Jombang
(Studi Dealer Suzuki Peterongan)

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

M. Mas'ud Thobroni

0912010048 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2013

SKRIPSI

KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDAH MOTOR SUZUKI DI PETERONGAN JOMBANG (STUDI DEALER SUZUKI PETERONGAN)

Disusun Oleh :

M. MAS'UD THOBRONI
0912010048 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 31 Juni 2013

Pembimbing :
Pembimbing Utama

Tim Penguji :
Ketua

Drs. EC. Bowo Santoso, MM

Dr. Prastyohadi, MM

Sekretaris

Dra. EC. Mei Retno. A, Msi

Anggota

Drs. EC. Bowo Santoso, MM

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM
NIP. 19630924 198903 1001

SKRIPSI

KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDAH MOTOR SUZUKI DI PETERONGAN JOMBANG (STUDI DEALER SUZUKI PETERONGAN)

Disusun Oleh :

M. MAS'UD THOBRONI
0912010048 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 31 Juni 2013

**Pembimbing :
Pembimbing Utama**

Drs. EC. Bowo Santoso, MM

**Tim Penguji :
Ketua**

Dr. Prastyohadi, MM

Sekretaris

Dra. EC. Mei Retno. A, Msi

Anggota

Drs. EC. Bowo Santoso, MM

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM
NIP. 19630924 198903 1001

SKRIPSI

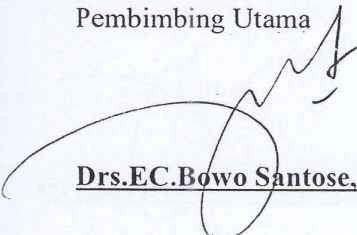
Keputusan Pembelian Sepedah Motor Suzuki di Peterongan Jombang

Yang diajukan

M. MAS'UD THOBRONI
0912010048/FE/EM

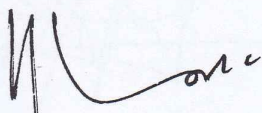
Disetujui untuk ujian skripsi oleh:

Pembimbing Utama


Drs. EC. Bowo Santose, MM

Tanggal: 

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur


Drs. Ec. R. A. Suwaidi, MS
NIP. 196003301986031003

Usulan Penelitian

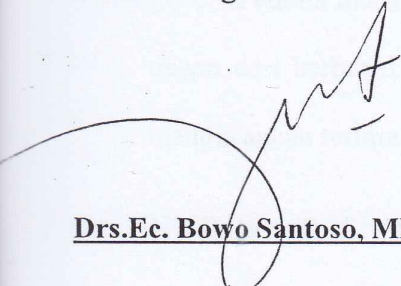
Keputusan Pembelian Sepedah Motor Suzuki di Peterongan Jombang

Yang diajukan

M. Mas'ud Thobroni
0912010048/FE/EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh :

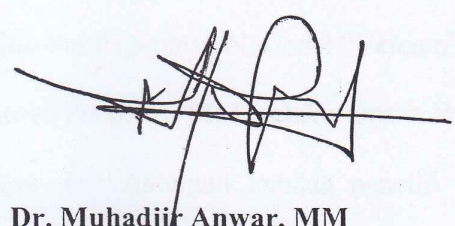
Pembimbing Utama


Drs. Ec. Bowo Santoso, MM

Tanggal : 22/13

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP: 196509071991031001

Usulan Penelitian

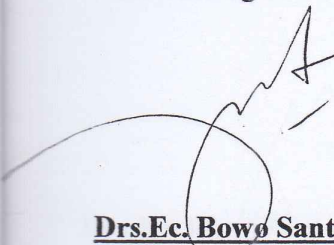
Keputusan Pembelian Sepedah Motor Suzuki di Peterongan Jombang

Yang diajukan

M. Mas'ud Thobroni
0912010048/FE/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun sekripsi oleh :


Pembimbing Utama


Drs. Ec. Bowo Santoso, MM

Tanggal : ...²²/₁₃...¹³

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP: 196509071991031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis mengucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Peterongan Jombang (studi dealer Suzuki Peterongan)”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Drs.EC. Bowo Santoso., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Segenap staff Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberi banyak pengetahuan selama masa perkuliahan

6. Bapak, ibu, dan saudara yang telah memberikan dukungan dan do'a
7. Semua pihak yang ikut membantu, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa apa yang telah disajikan masih banyak kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya,.....

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.2.2 Keputusan pembelian konsumen.....	14
2.2.2.1 Pengertian keputusan pembelian.....	14
2.2.2.2 Indikator keputusan pembelian.....	14
2.2.2.3Proses pengambilan keputusan.....	15
2.2.3 Harga.....	17
2.2.3.1 Indikator harga.....	18

2.2.4 Promosi.....	18
2.2.4.1 Indikator promosi.....	19
2.2.5 Kualitas produk.....	19
2.2.5.1 Indikator kualitas produk.....	20
2.2.6 Kualitas layanan.....	20
2.2.6.1 Indikator kualitas layanan.....	20
2.2.7 Hubungan antar variabel	21
2.3 Kerangka konseptual	25
2.4 Hipotesis.....	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.1.1 Devinisi operasional Variabel	27
3.2.1 Pengukuran variabel	29
3.2 Teknik pengambilan sampel	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel	30
3.3 Teknik pengumpulan data	32
3.3.1 Jenis data	32
3.3.2 Sumber data	32
3.3.3 Teknik pengumpulan data.....	33
3.4 Teknik analisis dan uji hipotesis	33

3.4.1 Teknik analisis	33
3.4.2 Uji hipotesis	35
3.4.3 Pengujian hipotesis	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi hasil Penelitian.....	38
4.1.1 Sejarah singkat perusahaan.....	38
4.2 Deskripsi jawaban responden.....	38
4.2.1 Penyebaran kuisisioner	38
4.2.2 Deskripsi karakteristik koresponden.....	39
4.3 Deskripsi variabel.....	40
4.3.1 Deskripsi variabel keputusan pembelian (Y).....	40
4.3.2 Deskripsi variabel harga (X1).....	42
4.3.3 Deskripsi variabel promosi (X2).....	43
4.3.4 Deskripsi variabel kualitas produk (X3)	44
4.3.5 Deskripsi variabel kualitas layanan (X4)	46
4.4 Hasil Partial Least square.....	48
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran	48
4.5 Evaluasi Model Struktural	53
4.5.1 Uji kausalitas	54
4.6 Pembahasan.....	55
4.6.1 Variabel harga.....	55

4.6.2 Variabel promosi.....	56
4.6.3 Variabel kualitas produk	56
4.6.4 Variabel kualitas layanan	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel data AISI pada bulan jumi 2012.....	3
Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan usia.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan pekerjaan.....	40
Tabel 4.4 Frekuensi hasil jawaban koresponden mengenai keputusan pembelian	40
Tabel 4.5 Frekuensi hasil jawaban koresponden mengenai harga	42
Tabel 4.6 Frekuensi hasil jawaban koresponden mengenai promosi.....	43
Tabel 4.7 Frekuensi hasil jawaban koresponden mengenai kualitas produk	44
Tabel 4.8 Frekuensi hasil jawaban koresponden mengenai kualitas layanan.....	46
Tabel 4.9 outer loading	49
Tabel 4.10 Average variance extracteted (AVE)	50
Tabel 4.11 Compositive reabilty	51
Tabel 4.12 Outer weights	52
Tabel 4.13 R-square	53
Tabel 4.14 Uji hipotesis	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 2 Kurva uji kausalitas	54

Keputusan Pembelian Sepedah Motor Suzuki di Peterongan Jombang (Studi Dealer Suzuki Peterongan)

M. Mas'ud Thobroni

Abstraksi

Kemampuan manusia yang semakin pintar, membuat manusia lebih selektif dalam memilih sebuah barang atau produk yang akan digunakan. Persaingan bisnis dalam bidang otomotif atau sepeda motor dalam perkembangan di era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersaing dan bertindak cepat dan tepat dalam menanggapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Tingkat persaingan usaha sangat ketat, apalagi ditambah dengan adanya peraturan untuk uang muka 25 persen bagi kendaraan bermotor yang akan diterapkan 15 Juni 2012, setiap perusahaan berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangkan persaingan.

Untuk tujuan ini peneliti menguji dan menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, adapun hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Harga (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien path sebesar 0,1715, tidak dapat diterima dimana nilai T-Statistic = 0,6253 lebih kecil dari nilai $Z_{0,10(10\%)} = 1,645$, maka Non Signifikan (Positif)
2. Promosi (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien path sebesar 0,1153, tidak dapat diterima dimana nilai T-Statistic = 0,5732 lebih kecil dari nilai $Z_{0,10(10\%)} = 1,645$, maka Non Signifikan (Positif)
3. Kualitas Produk (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien path sebesar 0,1589, dapat diterima dimana nilai T-Statistic = 1,8095 lebih besar dari nilai $Z_{0,10(10\%)} = 1,645$, maka Signifikan (Positif)
4. Kualitas Layanan (X4) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien path sebesar 0,3389, tidak dapat diterima dimana nilai T-Statistic = 0,9279 lebih kecil dari nilai $Z_{0,10(10\%)} = 1,645$, maka Non Signifikan (Positif)

Keyword : Price, Promotion, Quality Product, Quality Service.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang

Kemampuan manusia yang semakin pintar, membuat manusia lebih selektif dalam memilih sebuah barang atau produk yang akan digunakan. Persaingan bisnis dalam bidang otomotif atau sepeda motor dalam perkembangan di era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu beresikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menanggapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Tingkat persaingan usaha sangat ketat, apalagi ditambah dengan adanya peraturan untuk uang muka, setiap perusahaan berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangkan persaingan.

Pada bulan Juni tahun 2012 Surabaya, beritasurabaya.net - Asosiasi Ikatan Sepedamotor Indonesia (AISI) Jawa Timur mengoreksi penurunan penjualan motor hingga 35 persen di tahun 2012. Ini seiring dengan rencana penerapan kebijakan pemerintah terhadap kenaikan uang muka 25 persen bagi kendaraan bermotor yang akan diterapkan 15 Juni 2012.

Penurunan penjualan itu, menurut Ketua AISI Jawa Timur, Soewito, usai mengikuti sosialisasi Loan to Value dalam Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dan Kredit Kendaraan Bermotor (KKB) Terhadap Preferensi Konsumen di

Jawa Timur, Kamis (19/4/2012), di Kantor Bank Indonesia-Surabaya, baru akan terlihat setelah semester I/2012.

Soewito menjelaskan dengan koreksi penjualan motor di Jawa Timur sebesar 35 persen, banyak industri ikutan yang ikut merasakan dampaknya. "Supply chain sekitar 300 vendor diantaranya pelaku industri, jaringan dealer dan sebagainya. Penurunan penjualan sebenarnya sudah terjadi sejak Januari hingga Februari hingga 3 persen,"ujarnya.

Penurunan penjualan motor, ungkap Soewito, banyak faktor penyebabnya. Industri kendaraan roda dua tingkat kepadatannya sudah cukup tinggi. Daya beli masyarakat meningkat sehingga yang semula membeli motor dialihkan ke mobi.

Pelaku industri motor, mau tidak mau, harus menjaga konsumen dan meyakinkan konsumen bahwa motor untuk keperluan mobilitas keluarga sebagai sarana transportasi. "Pelaku industri berharap kalau dalam satu keluarga sudah punya motor, orangtua beralih ke mobil dan motor baru buat anak-anaknya. Atau yang punya motor sudah lama bisa ganti yang baru. Ini yang bisa dilakukan pelaku industri,"papar Soewito.

Tingkat kepadatan yang tinggi ditambah dengan kebijakan pemerintah terhadap kenaikan uang muka 25 persen bagi kendaraan bermotor, kata Soewito, makin memperparah penjualan di industri motor. Kenaikan uang muka itu, sebaiknya tidak secara langsung diberlakukan

Peraturan pemerintah mengenai DP minimum yang dikeluarkan BI membuat semua yang akan membeli motor lewat jasa perbankan harus menyiapkan uang minimum 25% dari harga motor, atau menurut peraturan Menkeu 20% jika lewat perusahaan Leasing.

karena peraturan pemerintah mengenai DP minimum yang dikeluarkan BI membuat semua yang akan membeli motor lewat jasa perbankan harus menyiapkan kocek minimum 25% dari harga motor, atau menurut peraturan Menkeu 20% jika lewat perusahaan Leasing.

Gambar 1. Tabel data AISI pada bulan Juni 2012

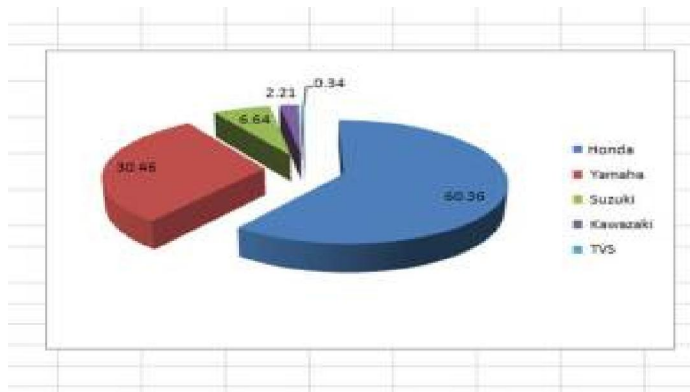
	Jumlah penjualan	% Market Share
Honda	332,272	60.36
Yamaha	167,661	30.46
Suzuki	36,532	6.64
Kawazaki	12,138	2.21
TVS	1,865	0.34
Total	550,468	

Alhasil penjualan mengalami penurunan sebanyak 11, 15 persen daripada bulan Mei, bulan Juni hanya mampu menyerap 550.468 sedangkan dibulan ~~juni~~ mei mampu menyerap 619.540 motor. Seperti yang saya kutip dari Detik.com

Pada bulan Juni, Honda masih memimpin penjualan Indonesia dengan angka 332.272 motor. Honda tetap memimpin meski penjualan mereka di Juni lalu mengalami penurunan dari 362.127 motor di Mei.

Sementara itu, Yamaha juga mengalami penurunan dari 201.589 motor di Mei menjadi hanya 167.661 motor di Juni. Begitu pula dengan Suzuki yang mengalami penurunan dari 40.859 motor menjadi 36.532 motor saja di Juni. Begitu pun dengan Kawasaki yang meraih penjualan 12.138 motor atau turun dari 13.093 motor. TVS juga mengalaminya dari 1.872 motor menjadi 1.865 motor

Gambar 2. Diagram pay AISI



Walaupun belum pasti apakah ada korelasi antara penurunan distribusi ini dengan peraturan DP minimum, tapi yang pasti faktanya distribusi ATPM ke dealer2 mulai menurun. Detik.com (data AISI Juni)

Oleh karena itu dengan memperhatikan perilaku konsumen pada saat mengambil keputusan pembelian, perusahaan harus meningkatkan strategi pemasaran yang lebih baik seperti : Harga adalah sejumlah uang (kemungkinan ditambah barang) yang ditentukan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelanggan yang menyertai. Stanton (2004). Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Fandy Tjiptono (2000). Kualitas produk Adalah kemampuan dari suatu produk yang dapat memberikan segalanya lebih besar atau lebih unggul sebagai pembanding dengan alternatif bersaing dari pandangan. (Garvin : 1998). Kualitas pelayanan Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml et al,1998). Agar tercipta keputusan pembelian terhadap sepeda motor Suzuki.

atas dasar hal tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : “Keputusan Pembelian Sepedah Motor di Peterongan Jombang (Studi Dealer Suzuki Peterongan)”.

1.2 Perumusan Masalah

Dari permasalahan yang dihadapi maka masalah masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di Jombang?
- b. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di Jombang?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di Jombang?
- d. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor di Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Suzuki di Jombang.
- b. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Suzuki di Jombang.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Suzuki di Jombang.

- d. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Suzuki di Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan pengetahuan yang bermanfaat baik bagi peneliti, perusahaan maupun pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

- a. Bagi Peneliti

Sebagai tugas akhir yang menjadi syarat untuk menyelesaikan program studi S-1 Jurusan manajemen di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

- b. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan masukan untuk meningkatkan penjualan dan kualitas perusahaan agar lebih baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

c. Bagi Pihak Lain

Sebagai studi pembandingan yang dapat digunakan untuk pembelian selanjutnya.